

地域資源としての『坊っちゃん』

(公財)えひめ地域政策研究センター 研究員 河田 晋作

○ はじめに

近年、全国各地で様々な地域資源を活用した地域活性化が行われている。文学作品や地元出身の作家を中心とした取り組みも多く行われており、松山市においては司馬遼太郎の『坂の上の雲』を中心としたまちづくりが進められている。

また、松山市は夏目漱石の小説『坊っちゃん』の舞台としても有名である。松山市では、「坊っちゃん列車」、「坊っちゃんスタジアム」、「坊っちゃん文学賞」、「坊っちゃん広場」、「坊っちゃん団子」など、ジャンルを問わず数多くの商店名や商品名に「坊っちゃん」や「マドンナ」が数多く使われている。特に平成29年は、漱石・子規生誕150年ということで、数多くのイベントが開催された。文学作品を地域資源として活用した成功例と言えるだろう。

しかし、よく言われているように、原作では、当時の松山を痛烈に風刺している描写が多く見られる。また、商品等のキャラクターとしてヒロイン的に扱われるマドンナも原作では登場場面は少なく、うらなりを捨て、赤シャツになびく女性としてマイナスイメージで描かれている。原作では「鬼神のお松じゃの、旭妃のお百じゃのてて怖い女が居りましたなもし」「マドンナもその同類なんですかね」と言われるように、悪女としての印象が

強い。また、主人公とマドンナが会話をする場面も出てこない。

そのような『坊っちゃん』がいつから、どのようにして松山市民から愛され、現在のように松山市の象徴的な存在となっていったのかを追っていききたい。また、坊っちゃんが現在の若者にどのように読まれているかも紹介していきたい。

○ 『坊っちゃん』の出版当初

『坊っちゃん』が文芸誌ホトトギスに掲載されたのは明治39年（1906年）である。掲載当初から文壇の流れを一新するわかりやすい文体と痛快なストーリーで人気を博し、登場人物のモデルを探すようなことも当時の松山では行われていたようである。しかし、今ほど『坊っちゃん』が地域資源として認識されていた訳ではなさそうである。漱石とゆかりの深い高浜虚子が監修した明治42年発行の『松山案内』と大正2年発行の『松山案内』には、松山の名所や子規の俳句が数多く紹介されているが、漱石や『坊っちゃん』についての記述はない。大正期には鉄道が普及し始めたこともあり、全国的に観光旅行がブームとなっていたため、『坊っちゃん』を観光資源としてとらえていれば『松山案内』に記述があっても良いと思われる。また、大正5年12月10日の海南新聞（現在の愛媛新聞）での漱石逝去に関する記事では、『坊っちゃん』は松山時代の回想録であると説明されているが、紙面の扱いも大きくなく、名前も夏目金太郎（本名金之助）と誤って掲載されている。ちなみに翌日の新聞では、金之助に訂正されているが、その後も昭和10年の記事において金太郎と表記されるなど混同して使用されていたようである。

○ 転機となった昭和24年「坊っちゃんまつり」

では、いつから松山市民の間で『坊っちゃん』が地域資源として活用されるようになったのであろうか。大



新潮文庫刊『坊っちゃん』
夏目漱石



坊っちゃん団子
出典：ウィキペディア

正10年には「つばや」が「坊っちゃん団子」を発売した。これが商品の名前として坊っちゃんを使用した最初であろう。しかし、当時は他に「坊っちゃん…」のような商品は見当たらない。初掲載から約30年後の昭和10年には映画化もされており、全国的な知名度を得ているが、太平洋戦争に入っていく時代の流れもあり、現在のような観光資源的な活用は広まらなかったようである。

『坊っちゃん』が地域資源として活用されたのは、戦後復興の時代の流れに沿ってであろうと私は考えている。終戦当時は『坊っちゃん』はすでに初掲載から40年が過ぎており、文学としては古典的な扱いとなっていたが、松山大空襲から復興した劇場や映画館で取り上げられ再び人気となった。明るいストーリーが戦後間もない松山の人たちの心に灯をともしただろうと思われる。

そして、昭和24年の11月に、松山市と松山観光協会が開催した「坊っちゃん祭り」が地域資源活用としての大きな転機となったようである。『坊っちゃん』の登場人物に扮した仮装行列や漱石の史跡をめぐる自転車競走、板張りの坊っちゃん列車の製作、マドンナコンテストなど70年前としては珍しい多彩な企画で大変盛り上がったようである。当時の新聞記事等を読むと、まだ復興途上にある商店街を練り歩く仮装行列の熱気が伝わってくる。現在も営業している老舗喫茶店「坊っちゃん」の開店や、昭和4年に閉店していた前述の「つばや」が再開店し「坊っちゃん団子」を販売したのもこの時期である。

また、このころから「坊っちゃん列車」という愛称も一般に定着したことが伺える。昭和11年発行の『伊予鉄五十年史誌』においては、「坊っちゃん列車」という呼称は出てこない。昭和24年の「坊っちゃん祭り」に関する愛媛新聞記事や、伊予鉄道社内新聞「いびし」(伊

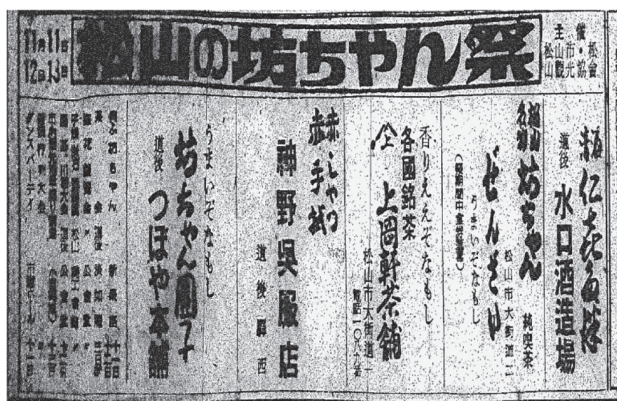
予鉄道株式会社からの情報提供)の記事において「坊っちゃん列車」の呼び方が初めて活字として登場することとなる。以前から松山市民の間では「坊っちゃん列車」という愛称は使われていたと思われるが、「坊っちゃん祭り」の影響から、広く浸透したものと思われる。昭和28年に「坊っちゃん列車」は、道後公園に展示されることとなり、当時の愛媛新聞では「伊予の名物として末永く愛されるでしょう」と坊っちゃん列車保存会の言葉が紹介されている。以降「坊っちゃん列車」はその言葉の通り、平成13年には復元されて市内を走り、地域の活性化に大きく貢献し続けている。



道後に展示される「坊っちゃん列車」

○ 松山国際観光温泉文化都市と四国国体

愛媛県や松山市が終戦後に推し進めていた松山市の国際観光温泉文化都市への指定に向けた動きも、『坊っちゃん』が地域資源として広まった理由の一つと思われる。昭和25年には国会での松山国際観光温泉文化都市建設法案の議事において、「松山は夏目漱石の『坊ちゃん』という小説をもつて有名になっておりますし、また正岡子規の俳句によりまして日本に風靡している土地であります。」(昭和25年14月4日衆議院、村瀬宣親氏)、「夏目漱石の『坊ちゃん』で知られ、正岡子規の遺跡を初め高濱虚子と俳諧の都として高い文学的雰囲気も感ぜられておるのであります。従つて観光客遊覧の悦楽境としてあらゆる条件を具備しておるのでございます。」(昭和25年12月5日参議院、川端佳夫氏)と松山市の推薦理由が述べられている。同法案は、道後温泉を中心とした観光を国際的に推進していくものであるが、道後温泉だけでは他の温泉地との差別化を図れないため、夏目漱石や正岡子規、高濱虚子といった文学的な資源も併せて推したことが伺える。同法案はその後衆参両院で可決され、松山市は昭和26年に別府市、伊東市、熱海市に次いで国際観光温泉文化都市として指定されることとなっ



昭和24年11月11日「愛媛新聞」の広告

た。

昭和28年に開催された四国国体に向けても、土産品として漱石や子規をモチーフとしたものが数多く作られたようである。当時の愛媛新聞では、「子規・漱石“カモ”に秘策ねり“冷たい販売戦”」という見出しで、過熱する土産物の開発の様子が、次々と「坊っちゃん〜」「子規〜」といった「伊予名物」が誕生していると皮肉交じりで掲載されている。

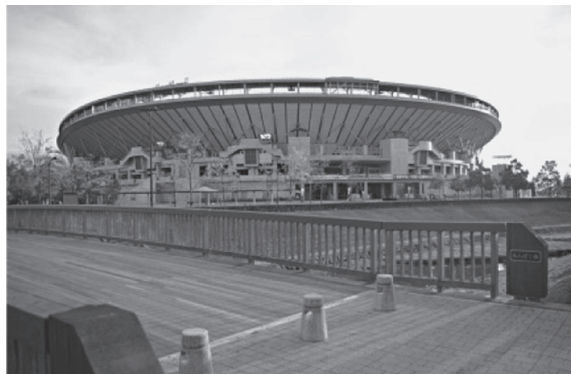
このように、『坊っちゃん』の地域資源活用は、昭和20年代の戦後復興と並行して広まったと私は考える。松山城、道後温泉に次ぐ観光資源の開発が必要とされ、全国的に知名度の高い『坊っちゃん』に注目が集まり、松山＝『坊っちゃん』のイメージが定着したのだらうと思われる。

○ 現在の『坊っちゃん』

平成に入ると、竹下内閣が実施した「自ら考え自ら行う地域づくり事業」（通称ふるさと創生一億円事業）や好景気の影響で全国的に地域おこしがブームとなり、全国各地で様々な地域活性化の取り組みが行われた。その流れの中で、松山市において再び『坊っちゃん』の地域資源としての活用が活発になる。平成元年の「坊っちゃん文学賞」の創設もきっかけの一つだろうと思われる。当時は、『坊っちゃん』の名称を文学賞に使用することに賛否両論あったようである。以前から原作が松山市民を批判的に描いていることに対して、松山市民の嫌悪感はあるからであったようである。

しかし、その全国的な話題性と好景気の影響からか、文学賞創設を境に『坊っちゃん』の名称を使ったものが市内に急増することとなる。道後温泉の「坊っちゃんからくり時計」設置や坊っちゃん・マドンナ案内人の開始、まつやまマドンナ郵便局の開局などもこの時期である。現在も販売されている坊っちゃんやマドンナと名前のつく菓子・商品類もこの時期の販売開始が多い。松山市のタウンページを調べると、平成元年に「坊っちゃん…」という名前の店舗は9件であったが、平成7年には倍の19件に増えている。その後「坊っちゃんスタジアム」（平成12年完成）や「坊っちゃん劇場」（平成18年完成）などの施設が次々と建設され、観光面においても坊っちゃんやマドンナが前面に打ちだされるようになっていった。

平成29年に開催された愛媛国体の総合開会式においても、坊っちゃんとマドンナがストーリーテラーを務め、愛媛県の魅力を紹介していたことは記憶に新しい。



坊っちゃんスタジアム 出典：ウィキペディア



道後温泉の「坊っちゃんからくり時計」

○ 小説『坊っちゃん』はどのくらい読まれているか。

松山市における地域資源としての『坊っちゃん』の活用を述べてきたが、文学作品が地域資源として長く活用されるためには、作者や作品そのものが人気を保ち続けていることが絶対条件となる。『坊っちゃん』が現代の若者にどのくらい読まれているかを調査した。

平成29年7月に愛媛県中予地区の高校2校（A高校352名、B高校651名、合計1003名）に協力をお願いし、『坊っちゃん』に関するアンケート調査を行った。その結果、表1のように全文を読んだことがある生徒は全体で19.6%（193名）であった。高校生を対象に小説『坊っちゃん』の読書率を調べた調査として、昭和31年に東

京都で高校3年生401名を対象に実施された調査（臨時増刊文芸第11巻第8号）、平成18年にA高校（今回調査と同一高校）414人を対象に実施された調査（松山坊っちゃん会）がある。その時の結果は、それぞれ昭和31年調査では91.6%、平成18年調査では41%であった。

毎日新聞社による学校読書調査（昭和29年より調査開始）の結果によると、特に中学生においては『坊っちゃん』は調査開始以来、平成4年までの長年に渡って、読まれた本の10位以内に入り続けてきた。昭和42年の毎日新聞社の調査による「戦後21年間ひとびとに印象を与え続けた本」でも第6位に選ばれている。ところが、平成に入って徐々に学校読書調査での順位が下がり始め、平成12年以降はほとんどランク外となってしまった。全国的に『坊っちゃん』を読んだことがある若者が減少してきていることがわかる。

○ 映像化の影響を受ける『坊っちゃん』

しかしながら、『坊っちゃん』について全く知らないという人はほとんどいないであろう。『坊っちゃん』は過去に15回のテレビドラマ化、5回の映画化、30回以上の舞台・ミュージカル化がされており、他の文学作品と比べて群を抜いて多い。最近では、2016年に二宮和也主演でテレビドラマ化されている。そのため、原作を読んでも作品の知名度が高くなっていると思われる。

しかし、映像化においては、ストーリーが原作と離れて脚色されることが多い。比較的原作に忠実な昭和10年版の映画においても、マドンナの出演場面は原作どおり非常に少ないが、最終的にはマドンナは赤シャツと別れてうらなりを追っていくストーリーとなっている。その後の作品においても、マドンナがヒロインとしてストーリーの中心となって描かれることも多い。

今回のアンケート調査では、坊っちゃん、マドンナのイメージについて自由記述で回答してもらい、全文を読んだグループと読んでいないグループで比較したところ表2、3のような結果となった。坊っちゃんのイメージについて、全文を読んだグループでは、「無鉄砲」が一番多く、ついで「正義感が強い」、「頑固」となった。全文を読んでいないグループでは「やんちゃ、暴力的」が一番多く、ついで「無鉄砲」、「優しい」の順となった。「無

鉄砲」は冒頭部分で出てくる有名な表現であるので、イメージとして多くなったのだろうと考えられる。全文を読んでいないグループで「やんちゃ・暴力的」が一番に挙げられた理由として、中学教科書に採用されている冒頭部分のエピソード（2階から飛び降りた、ナイフで自分の手を切った、周囲とのけんか等）の印象が強いためであろうと思われる。同様に、世話になった下女の清への気持ちを書かれた部分から「優しい」も印象付けられたのではないかとと思われる。

マドンナのイメージでは、両グループともに1位が「美人」、2位が「優しい」であった。「美人」については原作の中でもマドンナの描写として何度も使われ、マドンナのイメージとして一般的に定着しているといえる。しかし、「優しい」は原作からは読み取れないイメージであり、映像メディアや観光・商用キャラクターとしてのイメージが強いと思われる。全文を読んだグループの3位であった「悪女」については、読んでいないグループでは数名しか答えてなかった。全文を読んだことがある生徒と、読んでいない生徒の間でマドンナに対するイメージに違いがでていると思われる。また、両グループともに、少数であるが「うらなりと結婚した」「親に結婚を強制された」など2016年版テレビドラマのイメージを受けたと思われる回答が見られた。

ちなみに、キャラクターとして描かれる坊っちゃんとマドンナの服装について、原作に坊っちゃんが小倉袴をはいている記述はあるが、マドンナの服装についての記述はない。よく見られるマドンナの矢絰模様の着物は、



昭和10年山本嘉次郎監督 映画「坊っちゃん」のワンシーン
マドンナの出演時間は全体で2分程度

映像化された作品のイメージが定着したものと思われる。

成（2001）は、『坊っちゃん』の映像化に関して、「物語世界も、主人公像も、日本社会が政治的・経済的・社会的な変貌を経るにつれて、それぞれの社会の要請する地平において絶えず再文脈化されている」と指摘している。原作からは離れて、時代に合わせて再生産された親しみやすいキャラクターとしてのイメージが特に「マドンナ」にはあるのではないかとと思われる。また、この再生産されたイメージが地域資源として活用される場合プラスに働いていると思われる。「マドンナ」をはじめとする『坊っちゃん』のキャラクター達は、映像化されるたびに常に多くの人に受け入れられやすいイメージへと変わっていくことができるからである。

○ 松山市民の『坊っちゃん』への抵抗感

松山市民の『坊っちゃん』への抵抗感を調べるため、今回のアンケート調査において、『坊っちゃん』が松山市の象徴としてふさわしいかどうかを回答してもらった。その結果、全体で、「ふさわしい」61.2%、「ふさわしくない」7.6%、「特に関心はない」31.2%であった。概ね肯定的にとらえる高校生が多いことがわかる。全文を読んだグループと読んでいないグループで比較すると、「ふさわしくない」について、全文を読んだグループ15.3%、読んでいないグループ1.8%と結果に大きな違いが見られた。「ふさわしくない」理由として、松山を馬鹿にしているという回答が最も多かった。実際に原作では、「気のきかぬ田舎者」「こんな土百姓とは生まれからして違ふ」「野蛮な所」「不浄の地」など松山を否定的に表現した箇所が非常に多く見られる。『坊っちゃん』を読み、それらの表現に不快感を持った高校生が「ふさわしくない」と回答したと思われる。また、「特に関心はない」についても、全文を読んだグループ18.3%、読んでいないグループ40.5%と結果に大きな違いが見られた。

市川（2004）の松山市民の意識調査によると、『坊っちゃん』を松山市の象徴としてふさわしいと考える年代は、20代、30代の若年層に多く、40代以降は減少し、60代、70代では大幅に少なくなることが報告されている。今回のアンケート結果と合わせて考えると、『坊っちゃん』の読書率と『坊っちゃん』への抵抗感は正比例

する関係にあるのではないかと推測される。

○ おわりに

今回の研究では、松山市において『坊っちゃん』が地域資源として活用される過程を追った。また、アンケート調査から『坊っちゃん』が以前と比べてあまり読まなくなっていること、映像化の影響を受けたキャラクターとしてのイメージが定着していることが伺えた。

原作を読むと地域資源としての『坊っちゃん』への活用に抵抗感が増すというのは、皮肉な感じがする。しかし、今後も地域資源として松山市が『坊っちゃん』を活用し、共存していくためには、やはり原作を多くの人が読む必要があると私は考える。様々なキャラクターや価値観が生まれては消えていく現代にあって、原作から離れ、キャラクターのみが一人歩きする状態では地域資源としての魅力は徐々に薄れていくだろう。『坊っちゃん』の持つ痛快なおもしろさと文体の魅力を味わいつつ、地域資源としての活用を広げる必要があると思われる。

司馬遼太郎は、昭和56年の松山市立子規記念博物館での講演において、「漱石の『坊っちゃん』は（中略）ずいぶんと伊予松山の人をばかにした小説でもあります。しかし、松山の人にはけっこう喜んでいきますね。坊っちゃん列車とか、坊っちゃん団子とか、松山はなにかにつけて坊っちゃんです。自分たちがばかにされているのを喜ぶというのは、なかなかしたたかなユーモアの精神です。（中略）漱石の時代の江戸っ子は、田舎を実に嫌いました。（中略）洗練された人のセンスから滑稽を感じて、『坊っちゃん』を書いた。それを松山の人が喜んでるのは、非常に高級な感じがします。漱石も松山の人、かなりいい線をいっています」と述べている。『坊っちゃん』の松山批判を受け入れつつ、『坊っちゃん』を愛し、松山の象徴として『坊っちゃん』を育てていった松山市民の心意気を感じられようである。

若者の読書離れが叫ばれる昨今である。松山市に広がった地域資源としての『坊っちゃん』をきっかけとして、原作に立ち返るような逆説的な読みも今後の取り組みとしてさらに必要とされるだろう。これからも松山市の地域資源として、また日本を代表する名作文学として『坊っちゃん』が愛され続けていくことを期待したい。

表1 『坊っちゃん』の読書率
(質問)『坊っちゃん』を読んだことがありますか。

全文を読んだ	19.6%
部分的に読んだ	38.1%
読んでいない	42.3%

表2 「坊っちゃん」のイメージ
(質問)『坊っちゃん』の登場人物である「坊っちゃん」についてあなたが持っているイメージを自由に書いてください。

	全文を読んだグループ	(%)	全文を読んでいないグループ	(%)
1位	無鉄砲・猪突猛進など	17.6%	やんちゃ・暴力的・短気など	9.9%
2位	正義感強い・悪を許せないなど	11.9%	まじめ、すなおなど	5.6%
3位	頑固・意思を曲げないなど	9.2%	無鉄砲・猪突猛進など	5.2%
4位	やんちゃ・暴力的・短気など	9.1%	優しい	4.6%
5位	誠実・素直・まっすぐなど	8.8%	お金持ち、お坊っちゃんなど	2.9%

表3 (「マドンナ」)のイメージ
(質問)『坊っちゃん』の登場人物である「マドンナ」についてあなたが持っているイメージを自由に書いてください。

	全文を読んだグループ	(%)	全文を読んでいないグループ	(%)
1位	美人・きれい・かわいいなど	53%	美人・きれい・かわいいなど	53.2%
2位	優しい	11.8%	優しい	15%
3位	浮気、悪女、男好き、裏切りなど	11.1%	おしとやか、上品など	9.4%
4位	おしとやか、上品など	6.5%	着物、袴、傘 など	6.2%
5位	印象が薄い、出てこないなど	6.2%	坊っちゃんの恋人、仲良しなど	3.2%

表4 松山市の象徴としての『坊っちゃん』
(質問)松山市を象徴するものとして『坊っちゃん』はふさわしいと思いますか。

	全体	全文を読んだグループ	全文を読んでいないグループ
ふさわしい	61.2%	66.4%	57.7%
ふさわしくない	7.6%	15.3%	1.8%
とくに興味はない	31.2%	18.3%	40.5%

引用文献

- ・成模慶2001「漱石文学の受容と再生産」『比較文学研究78』
- ・市川虎彦2004「松山市の象徴：市内若者層の都市イメージ調査(2)」『松山 大学論集16巻』
http://ci.nii.ac.jp/els/contentscinii_20170807154849.pdf?id=ART0001770522
- ・司馬遼太郎1997「司馬遼太郎が語る日本2 未公開講演録愛蔵版」